

| | ①課題 | ②提起する理由 | ③現状・事例 | ④懸念されること | ⑥絞り込み |
|-----|--|---|--|---|---|
| 課題1 | <p>【JAグループ外との連携】 「食の安全・安心」「農業体験・グリーンツーリズム」あるいは「田舎ぐらし」等に関心のある民間企業、行政、市民団体、NPO、生協、教育機関等との連携が必要。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・都市部JAと地元民間企業等との関係は信用・共済・経済事業等に留まり、社会貢献等の地域連携は比較的弱いから。 ・農業を基盤とする組織として強みを発揮すれば、結果として6次産業化にかかわる農商工連携等に向けたネットワークづくりに結びつく可能性があるから。 | <p>都市部JAの地元民間企業等は「食」と「農」への関心が増している。</p> | <p>企業と農業者が直接となって、JA不在となる可能性がある。</p> | <p>第2回目に検討</p> |
| 課題2 | <p>【食農教育に関する機会提供のための仕組みづくり】 都市部JAは、地域内の農業のみならず、地域外の農業・農村を知る(学習する)機会を提供する必要がある。そのため、農村部JAと連携して出前授業や体験農業を企画し進め、教育効果を高める仕組みづくりが必要。</p> | <p>国産農産物の消費拡大や職業教育等を考慮すれば、多くの農業の理解促進が不可欠だから。 この場合は、「都市→農村」のみならず、「農村→農村」、「農村→都市」の食農教育・交流としても展開が可能。</p> | <p>食農教育の実践するうえでの課題には、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「活動内容・企画力」 ・「人材不足・人材育成」 ・「予算確保」 <p>が上位に挙げられており(全JA調査)、都市農村交流を活用すれば、役割分担により一部を受入れ側に委ねることも可能。</p> | <p>都市部の子どもたちが、都市の農業だけしか知らず、田園、里山等での農業を知らず大人になってしまう。</p> | <p>第2回目に検討</p> |
| 課題3 | <p>①【JAグループ全国機関における連携の役割分担】 全国機関には送り手JAと受け手JA間の連携を保つ役割が求められる。 ②【農協観光等による中間支援】 送り手(都市部)と受け手(農村部)の間にあつて中間的役割の強化が必要。</p> | <p>①全国機関は全国レベルでの、都市農村交流の支援、企画、普及、推進、広報を行う役割がある。 ②農業・農村に関心のある企業や旅行会社等に対して、必要とされる情報や企画を集約し、体験、交流等を旅行商品として市場へ供給する役割。</p> | <p>本協議会が設置され、JA、全国機関等の有機的連携を図る取組みは開始されたところ。 都市農村交流の必要性や事業推進効果について、具体的な整理が必要。</p> | <p>都市部側(送出し)と農村部側(受け手)の思いが相互に理解・共有されないと、交流促進はうまくいかない。</p> | <p>検討見送り</p> |
| 課題4 | <p>【情報発信・広報機能の拡充】 農業・農村に関心を寄せる人たちへのタイムリーな情報提供の仕組みとその高頻度な発信が必要。また、提供した情報に対する問合せ窓口も必要。</p> | <p>農村部JAが実施する都市農村交流・グリーンツーリズムに関して適時適切な情報が、都市部の消費者(家庭)、学校、企業等に届いていないため、需要があるにも拘らず、取り込めていないから。</p> | <p>中央会による都市住民向け広報は存在するが、内容は県内情報に留まる。またJAの広報活動の多くは、管内に限定されており、管外向け広報活動はなく、また管外の情報の提供も同様である。媒体としては、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JA広報誌、HP ・JA職員による口コミ ・イベント等での紹介や告知等がある。 | <p>都市側の住民、団体、或いは企業等と受入れ側の行政・団体等が直接、交渉や交流を行えば、JAグループ不在の食農教育、都市農村交流となる可能性がある。</p> | <p>第3回目に検討</p> |
| 課題5 | <p>【会員組織の発足・活用】 都市農村交流に関心のある人たちへ直接、個人の趣味嗜好に即した情報や企画等を提供できる仕組みが必要。 また、会員になることで、参加者意識を高める効果を期待。</p> | <p>現在は団による農業・農村体験が多く、個人・家族・小グループ等のニーズにも対応する必要があるから。 ・会員化することで、JAの他事業の利用への活用も考えられる。また、個人が同地区を往来することで、地域居住や移住への可能性もあるから。</p> | <p>交流・体験プランの多くが団体型であり、個人のニーズに対応できる仕組みはあまりない。</p> | <p>関心がある人たちは、いずれかの方法でいずれから情報等の取得するので、そのなかにJAの受入れ等についての情報は不足する。また、利用のきっかけになることも出来ない。 *個人情報への配慮</p> | <p>・第1回目でご意見を頂いた「優良顧客の囲い込みへの活用」も含めて、第3回目に検討</p> |